: https://dx.doi.org/10.22067/jgrd.2021.50785.0
مقالهٔ پژوهشی- مطالعه موردی

مجلّهٔ جغرافیا و توسعهٔ ناحیه‌ای، سال بیستم، شمارهٔ ۱، بهار ۱٤۰۱، شمارهٔ پیاپی ۳۸

تحلیل عوامل مؤثر در عدم نهادینه‌شدن گردشگری در مناطق روستایی[۱] (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان خراسان شمالی)

هادی نیازی (دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران)
hadi_niazi@yahoo.com
رضا خسرو بیگی (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران، نویسندهٔ مسئول)
khosrobeigi.reza@gmail.com
محمدجواد صفایی (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران)
mjsafaee@gmail.com

صص ۲۹ ـ ۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی دلایل نهادینه نشدن برنامه‌های گردشگری در مناطق روستایی بود. برای این کار به ارزیابی برنامه روستاهای هدف گردشگری به‌عنوان نمادی از تغییر ساختار اقتصادی روستا از کارکرد تولید گرایی به پساتولیدگرایی و پاسخ به تقاضاهای مصرفی در مقاصد هدف گردشگری خراسان شمالی شامل درکش، رویین، اسناد، خسرویه، زوارم، گلیان و اسفیدان پرداخته شد. نتایج نشان داد، حمایت‌های دولتی به‌صورت مقطعی یا بیشتر به شروع پروژه‌ها مربوط می‌شود و به‌نوعی برای تکمیل چرخه گردشگری یعنی توسعه فیزیکی، مشاوره و آموزش و درنهایت تبلیغات و بازاریابی تداوم ندارد. مشهود است که گردشگری در روستاهای

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشجو هادی نیازی با عنوان «الزامات نهادینه شدن گردشگری روستایی در روستاهای هدف خراسان شمالی» است.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۱۵ تاریخ تصویب: ۱۳۹۹/۰۷/۲۱

هدف خراسان شمالی با خلأ همکاری و مشارکت محلی بین کارآفرینان در درون روستا و در سطح منطقه‌ای به‌عنوان پیش‌نیاز توسعه کسب‌وکارهای جدید و برآورده کردن نیازهای مالی، اطلاعاتی و بازاریابی مانند سایر نقاط کشور روبه‌روست. علاوه بر این‌ها، تعاملات سازنده بین سازمان‌های دولتی و جوامع محلی یکی دیگر از عوامل تعیین‌کننده توسعه و نهادینه گردشگری در روستاهای هدف محسوب می‌شود. روش انجام این پژوهش کیفی بود که با استفاده روش تحلیل محتوا انجام گرفت و داده‌ها به‌وسیله نرم‌افزار مکس‌کیودا نسخهٔ ۱۰ تحلیل شد. نتایج نشان داد، باوجود هماهنگی‌های صورت‌گرفته، بنیاد مسکن در آماده‌سازی و گسترش اقامتگاه‌های بوم‌گردی دستورالعمل‌ها و اولویت‌های دیگری را دنبال می‌کند و تمرکز خود را بیشتر به سنگ‌فرش کردن روستا معطوف کرده است.
کلیدواژه‌ها: تنوع‌سازی اقتصادی، توسعه گردشگری، گردشگری روستایی، روستا، خراسان شمالی.

۱. مقدمه

رشد و گسترش گردشگری ازجمله پدیده‌های مهم اواخر قرن بیستم است که به‌سرعت در قرن جدید ادامه یافته است. افزایش سطح درآمد، تنوع در ایام فراغت، تغییرات و نگرش جدید به مفاهیم زندگی ایجاب می‌کند که گردشگری گسترش و توسعه یابد (خانی، قاسمی و قنبری‌نسب، ۱۳۸۸، ص. ٦٣). در حال حاضر صنعت گردشگری جایگاه خاصی در اقتصاد کشورها پیداکرده و نقش فعال و مؤثری در ارتقای ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به‌خصوص در کشورهای روبه‌توسعه ایفا می‌کند (اندرسون[1]، باکیر[2] و ویکنز[3]، ۲۰۱۵، ص. ٥٤). حجم مبادلات بین‌المللی گویای آن است که این صنعت در جهان (بیش از ۲۰ درصد کل مبادلات بین‌المللی) با جریان گردشگری داخلی آغاز می‌شود و در بعضی از کشورها درآمدهای ارزی ناشی از این صنعت یکی از منابع عمده در جهت تقویت اقتصاد ملی و

1. Anderson
2. Bakir
3. Wickens

توسعه روزافزون آن‌ها محسوب می‌شود (نیکولیچ[1]، استفانوویچ[2] و آزموویچ[3]، ۲۰۱۲، ص. ۹۷). کشورها قادرند با استفاده از این صنعت و با اعمال سیاست‌های مناسب و مطلوب مسائل مهمی نظیر درآمد ارزی، رونق اشتغال، تبادل و تعامل فرهنگی، ایجاد بازار مصرف تولیدات و خدمات، پرکردن اوقات فراغت و حضور آگاهانه و فعالانه در عرصه ارتباطات و اطلاعات جهانی را در جهت پیشرفت و توسعه کشورشان برای مردمانشان به ارمغان آورند (دشتی شفیعی، فتحی و امیری، ۱۳۹۵، ص. ۳). از طرفی، گردشگری در مناطق روستایی اهمیتی ویژه یافته است و وسیله‌ای برای رفاه جوامع تلقی می‌شود. روستاهایی که جاذبه‌های اجتماعی، طبیعی یا فرهنگی خاصی داشته باشند، توانایی بالقوه زیادی در جذب گردشگر از مناطق نزدیک یا دوردست دارند. گردشگری ظرفیت زیادی در توسعه مناطق روستایی دارد. گردشگری روستایی سبب سرمایه‌گذاری در روستا، ترویج هویت محلی، کارآفرینی زنان در روستا، رشد سطح آگاهی دربارهٔ ارزش میراث تاریخی و طبیعی و... می‌شود (سواره[4]، کریستیچ[5]، نیکولتا[6]، دوبرا[7] و ناستاس[8]، ۲۰۱۷، ص. ۲۳۶). گردشگری روستایی در مناطق روستایی کشورهای توسعه‌یافته با هدف توسعه محلی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مشاغل روستایی نهادینه شده است (واپوله[9] و گودوین[10]، ۲۰۰۰).

گردشگری روستایی می‌تواند به‌عنوان راه‌حلی مناسب برای احیای جامعه روستایی عمل کند (هوانگ[11]، ۲۰۱۵، ص. ۵۰۳) و ظرفیت زیادی در بهبود فعالیت‌های اقتصادی روستا دارد (جیاناکیس[12]،۲۰۱٤، ص. ۱۳). در کشورهای صنعتی گردشگری روستایی به‌عنوان کاربست شیوه‌های جدید برای توسعه مناطق روستایی مطرح است؛ بنابراین بهره‌مندی از توان‌ها و

---

1. Nickolic
2. Stefanović
3. Azemović
4. Soare
5. Cristache
6. Nicoleta
7. Dobrea
8. Nastase
9. Walpole
10. Goodwin
11. Hwang
12. Giannakis

مکان‌های گردشگری کشور برای اهداف توسعه‌ای اجتناب‌ناپذیر است (علی‌اکبری، ۱۳۹۱، ص. ۵۳). ورود گردشگری در مناطق روستایی باید به رهاوردهای عملی در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی منجر شود؛ ازاین‌رو نهادینه کردن گردشگری سرفصل راهبردهای اجرایی خواهد بود. نهادینه کردن یعنی جاانداختن چیزی بدیع، تازه و نوظهور که تاکنون سابقه نداشته است. «نهادینه کردن» که در فرهنگ سیاسی ایران طی دهه ۱۳۷۰ خورشیدی باب شده است، غالباً راجع به تثبیتِ آرمان‌هایی است که با سنّت‌های محافظه‌کارانه در تضاد هستند؛ به همین دلیل، در راه تثبیت و نهادینه‌سازی آن‌ها، مخالفت‌ها و کارشکنی‌هایی صورت می‌گیرد. دربارهٔ نهادینه کردن گردشگری در مناطق روستایی، گیلز[1]، بوسوورث[2] و یلت[3] (۲۰۱۳) معتقدند، گردشگری افزون‌بر کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری، درآمدی را برای افراد به وجود می‌آورد که درنهایت سبب افزایش بهبود چهره مقصد و جامعه محلی می‌شود. در همین زمینه، نانکو[4] و گورسای[5] (۲۰۱۲) معتقدند، برای توسعه گردشگری و نهادینه شدن گردشگری در مناطق روستایی، درک مردم بومی محلی دربارهٔ توسعه گردشگری بسیار مهم است. مطالعه سوتاوا[6] (۲۰۱۲) نیز نشان داد، قبل از توسعه گردشگری در مناطق روستایی، باید آموزش‌های لازم به مردم محلی داده شود تا مردم دربارهٔ توسعه گردشگری توانمند شوند. در کشور سیاست‌گذاران دولتی تلاش می‌کنند که گردشگری روستایی را به‌عنوان ابزار قدرتمند وهمچنین به‌مثابه نوشدارو برای رفع فقر و محرومیت و از همه مهم‌تر افق چشم‌انداز توسعه روستایی و البته گریز از هرگونه بی‌برنامگی معرفی و اجرایی کنند؛ به همین دلیل، کارگروه عملیاتی گردشگری روستایی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری ایجاد شد و در این ارتباط، ٤۲۰ روستای هدف با ردیف بودجه ۲۰۰ میلیارد ریال برای مطالعات اولیه و ظرفیت‌سنجی سکونتگاه‌های مدنظر تعیین شد (قادری[7] و هندرسون[8]، ۲۰۱۲، ص. ٤۸)؛

1. Giles
2. Bosworth
3. Willett
4. Nunkoo
5. Gursoy
6. Sutawa
7. Ghaderi
8. Henderson

بنابراین با توجه اهمیت موضوع، این پژوهش به الزامات نهادینه کردن گردشگری در مناطق روستایی در روستاهای هدف گردشگری استان خراسان شمالی پرداخته است.

هدف از انجام تحقیق حاضر، شناسایی الزامات نهادینه کردن گردشگری در روستاهای هدف گردشگری در استان خراسان شمالی بود. سیاست‌های حمایتی دولتی و تعاملات آن با جوامع محلی و همچنین شبکه‌های همکاری درون و بیرون از روستا بررسی شد که در سایر تحقیقات کمتر به آن‌ها پرداخته شده است. پژوهش‌های قبلی بر توسعه و مدیریت گردشگری تمرکز کرده‌اند و به انگیزه‌های دولتی برای گسترش گردشگری و ساختارهای شکل‌گرفته در این رابطه بی‌تفاوت بوده‌اند. به‌طور مشخص، دغدغه اصلی تحقیقات باید حول این سؤال‌ها شکل بگیرد که چرا اقتصاد گردشگری در روستاهای هدف جایگزین اقتصاد کشاورزی و تولیدی سنتی نمی‌شود؟ و اینکه چرا اقتصادی تولیدی در روستاهای هدف جای خود را به اقتصاد مصرفی و پساتولیدگرایی نمی‌دهند؟ و چرا درآمد خانوارهای روستایی هنوز به تولیدات گذشته وابسته است؟ یا این مسئله که چرا گردشگری روستایی به‌صورت فراگیر برای عموم ساکنان محلی اشتغال‌زایی و کسب درآمد نکرده است و تنها افراد معدودی به راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید نظیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی اقدام کرده‌اند؟ این پژوهش به الزامات نهادینه کردن گردشگری در مناطق روستایی در خراسان شمالی می‌پردازد.

۲. روش‌شناسی تحقیق

مطالعه حاضر، پژوهشی کیفی است که با استفاده از روش تحلیل محتوا انجام گرفته است. عرصه این تحقیق روستاهای هدف گردشگری استان خراسان شمالی به نام‌های درکش، رویین، استاد، خسرویه، زوارم، گلیان و اسفیدان بود. داده‌ها با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۵۳ نفر از مشارکت‌کنندگان به دست آمد. مشارکت‌کنندگان در پژوهش را مطلعان، مدیران روستایی اعم از شورا و دهیار، مسئولان اداره میراث فرهنگی و گردشگری و شرکت ها و فعالان در عرصه گردشگری تشکیل دادند. روش نمونه‌گیری هدفمند بود و

نمونه‌گیری در دوره سه‌ماهه انجام شد. نمونه‌گیری تا اشباع داده‌ها یعنی تا زمانی که مقوله‌ها اشباع شوند، ادامه یافت. داده‌ها به‌وسیله نرم‌افزار مکس کیودا[1] نسخهٔ ۱۰ تحلیل شد.

۳. یافته‌های تحقیق

با تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، ۱۲۰ کد اولیه مرور و خلاصه‌سازی شد و براساس تشابه و تناسب طبقه‌بندی، هشت مقوله اصلی استخراج شد. این مقولات عبارت‌اند: ۱. چندفعالیتی‌شدن و تنوع‌سازی اقتصاد روستایی و اعتقاد به کارآفرینی‌های جدید، ازجمله گردشگری؛ ۲. اهمیت گردشگری در ایجاد اشتغال و درآمد و مقبولیت به آن در نزد کارآفرینان و ساکنان محلی؛ ۳. اولویت دادن مسئولان به گردشگری (در میان سایر کارآفرینی‌ها) در فرایند تنوع‌سازی اقتصاد روستایی شامل تمرکز بر اسکان و پذیرایی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، بی‌توجهی به فروش محصولات کشاورزی و صنایع‌دستی و مرتبط کردن افراد بیرون از این عرصه با اقتصاد گردشگری/رشد منفرد و پراکنده؛ ٤. نارضایتی کارآفرینان از نحوه حمایت‌ها و تداوم نداشتن سرمایه‌گذاری‌ها، توجه صرف به ساخت‌وساز و فیزیک و نه تبلیغات و بازاریابی؛ ٥. شکل‌نگرفتن ارتباطات و شبکه‌های کاری محلی و فرامحلی به‌دلیل گسترش ناچیز کسب‌وکارها و رشد اندک کارآفرینان در درون و بیرون از روستاها؛ ٦. حمایت‌های مستمر دولت و تکمیل چرخه گردشگری؛ ٧. کار گروهی و ارتباطات فرامحلی و حمایت کارآفرینان و ساکنان محلی از یکدیگر؛ ٨. هماهنگی و حمایت ادارات مختلف دخیل در امر گردشگری از یکدیگر.

1. MAXQDA

جدول ۱. کدها، مفاهیم و مقولات استخراج‌شده از مصاحبه‌ها

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

درون‌مایه	طبقات اصلی	زیرطبقات
تجدید ساختار اقتصاد روستایی و انتخاب و معرفی گردشگری به‌عنوان یک گزینه	۱- چندفعالیتی‌شدن و تنوع‌سازی اقتصاد روستایی و اعتقاد به کارآفرینی‌های جدید، ازجمله گردشگری	۱- ضرورت چندفعالیتی‌شدن اقتصاد ۲- آینده کاری در بخش کشاورزی ۳- گردشگری و کسب درآمد ٤- فروش زمین برای ویلاسازی و احداث کمپ‌های تفریحی ۵- باور به کسب درآمد از تولیدات و محصولات سنتی و بی‌ارزش در گذشته
	۲- اهمیت گردشگری در ایجاد اشتغال و درآمد و مقبولیت به آن نزد کارآفرینان و ساکنان محلی	۱- افزایش درآمد و کاهش هزینه‌های جاری به‌واسطه عرضه مستقیم محصولات ۲- ایجاد درآمد برای افرادی بیرون از این فعالیت و بخش‌های جانبی ۳- ایجاد اشتغال و درآمد برای زنان روستایی
موانع نهادینه کردن گردشگری روستایی	۳- اولویت دادن مسئولان به گردشگری (در میان سایر کارآفرینی‌ها) در فرایند تنوع‌سازی اقتصاد روستایی شامل تمرکز بر اسکان و پذیرایی در اقامتگاه‌های بوم گردی، بی‌توجهی به فروش محصولات کشاورزی و صنایع‌دستی و مرتبط کردن افراد بیرون از این عرصه با اقتصاد گردشگری/ رشد منفرد و پراکنده ٤- نارضایتی کارآفرینان از نحوه حمایت‌ها و تداوم نداشتن سرمایه‌گذاری‌ها، توجه صرف به ساخت‌وساز و فیزیک و نه تبلیغات و بازاریابی ۵- شکل نگرفتن ارتباطات و شبکه‌های کاری محلی و فرامحلی به‌دلیل گسترش ناچیز کسب‌وکارها و	۱- اهمیت گردشگری در حل مشکلات کشاورزی و تولیدی در روستاها از دید مسئولان دولتی ۲- تنوع‌بخشی به اقتصاد روستاها در سیاست‌گذاری‌ها از طریق گردشگری و کسب درآمد اضافی ۳- توانایی نداشتن گردشگری در ارائه و فروش محصولات محلی و ایجاد درآمد برای مردم محلی ٤- دشواری نهادینه کردن گردشگری و کارآفرینی‌های نو در روستاها از دیدگاه مسئولان دولتی ۵- تداوم نداشتن و تکمیل نکردن چرخه حمایت‌ها و نیمه‌کاره رها کردن طرح‌ها ٦- نحوه حمایت مسئولان از گردشگری روستایی و اثربخش نبودن آن ۷- درخواست تبلیغات و بازاریابی بیشتر و مؤثرتر از متولیان توسعه گردشگری ۸- صرف بودجه‌های گردشگری صرفاً در فعالیت‌های عمرانی و زیرساختی و نه تبلیغات و بازاریابی ۹- فصلی بودن درآمد گردشگری و نبود برنامه برای تمام فصول

درون‌مایه	طبقات اصلی	زیرطبقات
	رشد اندک کارآفرینان در درون و بیرون از روستاها	۱۰- اهمیت کار گروهی و جمعی با کسب‌وکارهای درون و بیرون از روستا
الزامات نهادینه کردن گردشگری روستایی	٦- حمایت‌های مستمر دولت و تکمیل چرخه گردشگری ۷- کار گروهی و ارتباطات فرامحلی و حمایت کارآفرینان و ساکنان محلی از یکدیگر ۸- هماهنگی و حمایت ادارات مختلف دخیل در امر گردشگری از یکدیگر	۱- کار گروهی و به‌اشتراک‌گذاشتن اطلاعات و راهنمایی دربارهٔ نحوه و نوع ارائه و فروش محصولات با یکدیگر ۲- معرفی ظرفیت‌ها به یکدیگر و تبادل گردشگر ۳- ارتباط با کسب‌وکارهای بزرگ‌تر و آژانس‌های مسافرتی و گردشگری واقع در شهرها ٤- تضاد ساکنان محلی با کارآفرینان در خصوص گسترش گردشگری و آسیب‌های آن ٥- تفاوت در اولویت سرمایه‌گذاری‌ها و تبعیض در اعطای تسهیلات به روستاها و افراد ٦- نبود هماهنگی بین ادارات مختلف دخیل در امر گردشگری روستایی و تضاد در اولویت‌ها

٤. تحلیل و تبیین مقولات (درون‌مایه‌ها)

٤. ١. تجدید ساختار اقتصاد روستایی در راستای گردشگری

توسعه گردشگری روستایی فرصت‌های توسعه مناسبی را در مناطق کوهستانی دورافتاده فراهم می‌کند که هر روز مردم آن روستاها را به‌دلیل نبود اشتغال کافی رها می‌کنند و به مناطق شهری مهاجرت می‌کنند. توسعه گردشگری روستایی به مردم مناطق کوهستانی کمک می‌کند تا فعالیت‌های خود را متنوع کرده و درآمد بیشتری کسب کنند و انگیزه ساکنان را در مناطق جهت کارآفرینی افزایش می‌دهد (ناگی[1]، ۲۰۱۷، ص. ۱۲۹). شیوه بهره‌برداری کشاورزی در بیشتر نقاط استان خراسان شمالی به‌دلیل کوهستانی و تپه‌ماهوری بودن به‌صورت خرده مالکی و در قالب باغ‌های کوچک و زراعت اندک در مناطق قابل‌کشت در ارتفاعات است (ضمن اینکه این شکل از ویژگی‌های زمین‌ساختی، از دیرباز اقتصاد وابسته به دام و آن هم از نوع رمه‌گردانی و قشلاق و ییلاق کردن را رواج داده است)؛ بنابراین اشتغال ناقص و درآمد کم و

1. Nagy

شکننده، همواره از مشخصه‌های اقتصاد روستایی در این استان بوده و موجب فقر مالی حاد در سطح خانواده‌ها شده است؛ ازاین‌رو توجه به گردشگری می‌تواند توسعه این مناطق را فراهم آورد. الگوی فعالیت‌های اقتصادی در روستاهای کوهستانی و دره‌ای خراسان شمالی در حال تغییر است. کشاورزان از قیمت کم محصولات و نبود بازار برای فروش محصولات گله‌مند هستند. درواقع، نوسانات بازار و همچنین افزایش قیمت نهاده‌های تولید (کود، سم و نیروی کار)، درآمدزایی باغات مدرن و مهندسی‌شده را نیز دچار مشکل کرده است؛ این در حالی است که بسیاری از کشاورزان به تولیدات خود تنوع بخشیده‌اند (کشت محصولات جالیزی در باغات و اراضی زراعی) و از تولیدات سنتی(باغات قدیمی و نگهداشت دام) برای جبران نوسانات بازار استفاده می‌کنند. علاوه‌بر مشکلات بازار، کشاورزان با تولید بیش از اندازه محصولات باغی و زراعی و رقابت‌پذیری و از طرفی تغییرات آب و هوایی نظیر سرمازدگی و خشک‌سالی مواجه‌اند؛ ازاین‌رو برای پایداری درآمد و تأمین معیشت خانوار، کشاورزی به‌تنهایی نمی‌تواند نقش‌آفرینی کند. یکی از کشاورزان در این باره توضیح می‌دهد:

«با فروش محصولات کشاورزی پولی به ما نمی رسد. ۱۵۰ سبد سیب به بازار فرستادیم که درکل دو میلیون شد. سرمازدگی نیز کسب همین درآمد را ناممکن می‌کند؛ به همین دلیل به شهرها به‌طور فصلی مهاجرت می‌کنیم تا درآمد داشته باشیم.» (کد: ضرورت چندفعالیتی شدن اقتصاد/ مصاحبه ۲۷/ آقا/ ۳۷ ساله/ کشاورز/ روستای رویین)

بیشتر مصاحبه‌شوندگان از نوسانات بازار و تغییرات اقلیمی و درکل فضای مخاطره‌آمیز تولید ترس داشتند. در این میان، بیشتر اشتغال‌های غیرکشاورزی به‌صورت موقتی و فصلی در قالب کار در شهر، حمل‌ونقل، ساخت‌وساز در روستا، دلالی و واسطه‌گری، صنایع‌دستی، فرآوری محصولات کشاورزی و در برخی موارد، فعالیت در بخش‌های دولتی و کارمندی بررسی‌شدنی است که از آن دراصطلاح با عنوان «چندفعالیتی‌شدن اشتغال روستایی» یاد می‌کنند.

مشهود است که دولت در سال‌های اخیر سعی در نهادینه کردن گردشگری به‌عنوان راهبردی غیرتوحیدی برای عبور از مشکلات و بهره‌گیری از ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی روستاها در مناطق کوهستانی و خوش آب‌وهوای خراسان شمالی دارد؛ به همین دلیل،

سرمایه‌گذاری‌هایی برای آماده‌سازی روستاها در مناطق مختلف نظیر رویین، اسفیدان، زوارم و گلیان، استاد و خسرویه و درکش انجام داده است. در این میان، دولت به‌دنبال ترویج گردشگری اقامتی بوده و بازسازی بافت‌های تاریخی و در کنار آن بازدید از چشم‌اندازهای طبیعی و فرهنگی روستاها را در اولویت قرار داده است. سنگ‌فرش کردن روستاها و ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی گواهی بر این ادعاست که دولت تعریف خاصی از گردشگری روستایی مدنظر دارد: اسکان، پذیرایی و فروش صنایع‌دستی. درمقابل، روستاییان خواهان فراهم شدن زمینه‌های خرده‌فروشی و بازاریابی مستقیم محصولات کشاورزی در قالب بازارچه‌های فروش به متقاضیان بیرونی و شهری هستند، تا اقامت و اسکان و بازدید از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی؛ بااین‌حال، اعطای تسهیلات ساخت اقامتگاه‌های بوم‌گردی و برگزاری کلاس‌های آموزشی موجب گسترش کارآفرینی‌های گردشگری، البته به‌صورت منفرد و نه فراگیر در روستاهای مذکور که هدف گردشگری‌اند، شده است، اما مسلم است که کارآفرینی‌های منفرد شکل‌گرفته نیز در بدو امر مشکلات و موانعی در زمینه پشتیبانی و توسعه فعالیت‌ها و درنتیجه آن جذب گردشگر و درآمدزایی دارند که باید بررسی شوند. افرادی که به راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید اقدام کرده بودند و مسئولان محلی به‌عنوان افراد مطلع از فرایند ایجاد کسب‌وکارها، همگی گردشگری را به‌عنوان اقتصادی جایگزین قبول داشتند که توانایی درآمدزایی و حل مشکلات موجود در روستا را دارد.

روستاهای هدف گردشگری به‌شدت در سال‌های اخیر کالایی شده و درمعرض بازار قرار گرفته‌اند. گردشگری سبب بهبود منابع انسانی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقتصادی، افزایش قیمت زمین و توسعه صنایع‌دستی می‌شود (قاسمی، ۱۳۸۸، ص. ۳٦۸). با تبلیغات و شناخته شدن روستاها، بسیاری از ساکنان شهری متقاضی خرید زمین و ساخت خانه‌های ویلایی و و در برخی از آن‌ها ایجاد تفرجگاه و رستوران برای سرمایه‌گذاری در روستاهای گردشگری هستند. از طرفی، ساکنان بومی به افزایش دادن قیمت زمین‌ها و خرید و فروش و کسب درآمد از این طریق اقدام می‌کنند. کمبود زمین در روستاها به‌دلیل شکل پلکانی و ساخت در دامنه کوه‌ها و باریکه دره‌ها به رونق این فعالیت افزوده است. یکی از روستاییان در این باره توضیح می‌دهد:

«روستای ما در مسیر اصلی شمال به مشهد قرا رگرفته و البته به‌دلیل طبیعت بکر و چشم‌انداز زیبایش معروف است؛ به همین دلیل ساخت خانه‌های ویلایی و خرید زمین برای ایجاد کمپ‌های تفریحی در اینجا رونق دارد.» (کد: فروش زمین برای ویلا سازی و احداث کمپ‌های تفریحی/ مصاحبه ٤٠/ آقا/ ۳۳ ساله/ کشاورز/ روستای درکش)

به اعتقاد کارآفرینان گردشگری، محصولات سنتی کشاورزی و دیگر منابع روستا باید ارزش‌های جدید به خود بگیرند و به‌مثابه محصول گردشگری به متقاضیان بیرونی عرضه شوند. افراد بیرونی و ساکنان شهری می‌توانند به‌واسطه تقاضاهای اقامتی، تفریحی و انتقال سرمایه به روستاها سبب تحرک تولید و اقتصاد کشاورزی شوند. ساکنان محلی شاید در حال حاضر از ظرفیت‌های گردشگری آگاه نباشند، اما در ادامه متوجه می‌شوند که تولیدات سنتی، چشم‌اندازهای طبیعی و فرهنگی و بافت تاریخی روستای آن‌ها برای افراد بیرونی ارزشمند است؛ چنانکه با گذشت زمان به‌تدریج این اطمینان به وجود آمده است که روستاهای محل زندگی آن‌ها قابلیت جذب گردشگر دارد. به‌طورکلی، توسعه گردشگری روستایی سبب تنوع محصولات داخلی و بهبود کمی و کیفی صنایع‌دستی برای عرضه به گردشگران می‌شود (ساربان و ملکی، ١٣٩٤، ص ٣٨). یکی از کارآفرینان گردشگری در این باره توضیح می‌دهد:

«با توجه به ورود گردشگر و خرید محصولات باغی و صنایع دستی، رکود برخی از تولیدات کاهش یافته و رونق پیدا کرده است؛ از این حیث اشتغال‌هایی به وجود آمده. دلگرم شدن ساکنان محلی به فروش و درآمد صنایع دستی و محصولات سنتی ازجمله اثرات تقاضاهای جدید است. ارزش ملک و باغات با ورود گردشگر بالا رفته و این باعث شده مردم به آباد کردن باغات و رسیدگی به باغات مخروبه جهت افزایش تولید و فروش پرداخته و باور داشته باشند.» (کد: باور به کسب درآمد از تولیدات و محصولات سنتی و بی‌ارزش درگذشته/ مصاحبه ٥/ آقا/ ٤٥ ساله/گردشگر پذیر/ روستای رویین)

گردشگری موجب می‌شود تا از منابع کشاورزی و روستایی نه صرفاً به‌عنوان سرمایه‌های تولید، بلکه به‌مثابه سرمایه‌های چندکارکردی استفاده شود. سرمایه‌های طبیعی و انسانی موجود می‌توانمد به‌مثابه سرمایه‌های گردشگری تلقی شوند. در این میان، کارآفرینان گردشگری در روستاهای هدف خراسان شمالی سعی دارند تا مردم محلی را مجاب کنند تا عرضه

محصولات خود را به‌عنوان محصولات گردشگری در اقامتگاه‌های بوم گردی عرضه کنند. یکی از مسئولان محلی در این باره توضیح می‌دهد:

«یکی از راه‌های کسب درآمد روستاییان راه‌اندازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی است که در کنار آن ارائه غذاهای سنتی و محصولات محلی میسر می‌شود. با اسکان گردشگر در این اقامتگاه‌ها، ساکنان محلی می‌توانند بازاری برای فروش چیزهایی که تابه‌حال مشتری نداشت، فراهم کنند.» (باور به کسب درآمد از تولیدات و محصولات سنتی و بی‌ارزش در گذشته/ مصاحبه ۱٦/ آقا/ ٤٦ ساله/ دهیار/ روستای زوارم)

شاید مایهٔ تعجب باشد که پیش‌پاافتاده‌ترین تولیدات و سنت‌ها هم می‌توانند جلب توجه و کسب درآمد کنند؛ بنابراین گذار از اقتصاد تولیدی به اقتصاد تفریحی و مصرف‌گرایی می‌تواند ارزش افزوده محصولات را افزایش دهد و خسارت‌های ناشی از نوسانات بازار و تغییرات آب و هوایی و شکنندگی باغداری و زراعت مدرن و سنتی را جبران کند.

٤. ۲. گردشگری در قالب اقامتگاه‌های بوم‌گردی و ایجاد درآمد و اشتغال برای روستاییان

گردشگری اقامتگاه‌های بوم‌گردی به غیراز ایجاد درآمد، از طریق اسکان و پذیرایی منبعی برای فروش محصولات فراهم می‌کند؛ بدین صورت که تولیدات به‌دلیل مرغوبیت و کیفیت بالا دیگر باارزش افزوده بیشتر و بدون دخالت‌های دلال‌ها و بازار و هزینه انتقال و البته اگر در حجم کم و غیربازاری هم باشد، عرضه می‌شود. یکی از مسئولان محلی در این باره توضیح می‌دهد:

«اگر روستا [نظیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی] زیرساخت داشته باشد و گردشگر زیادی را جذب کن،د مطمئناً مردم خشکبار و لبنیات و د کل محصولات خود را [در هراندازه‌ای] به‌طور مستقیم در محل [بدون هیچ واسطه و هزینه‌ای] و باقیمت مناسب به فروش می‌رسانند و این موجب رونق اقتصاد و معیشتشان می‌شود.» (کد: افزایش درآمد و کاهش هزینه‌های جاری به‌واسطه عرضه مستقیم محصولات/ مصاحبه ۱۱/ آقا/ ۳۹ ساله/ دهیار/ روستای اسفیدان)

گردشگری روستایی می‌تواند نقش عمده‌ای را در توانمندسازی مردم محلی، تنوع‌بخشی به رشد اقتصاد و خلق فرصت‌های شغلی جدیدی در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا کند (زرافشانی، شرفی، گراوندی و قبادی،۱۳۹۲، ص.۱۳۱). گردشگری اقامتگاه‌های بوم

گردی همچنین می‌تواند برای سایر ساکنان روستایی که در این فعالیت دخیل نیستند، منفعت داشته باشد. هنگام بازدید گردشگران و اقامت در روستا معمولاً از فروشگاه‌ها خرید می‌شود و به وسایل نقلیه و وسایل رفت و آمد نیاز هست. ضمن اینکه، گردانندگان اقامتگاه‌های بوم‌گردی به محصولات روستاییان برای ارائه خدمات به گردشگران و نیروی کار محلی در این زمینه احتیاج دارند. یکی از روستاییان در این باره توضیح می‌دهد:

«مطمئناً حضور حجم انبوهی از گردشگران در روستا باعث ترافیک و تخریب باغات و کثیف شدن رودخانه شده است و آن دسته از ساکنانی که در این عرصه دخیل نیستند، از این امر ناراضی هستند، اما رونق در زمینه خرید از فروشگاه‌ها و مغازه‌ها و ایجاد درآمد در بخش خدمات را نیز به همراه آورده است.» (کد: ایجاد درآمد برای افرادی بیرون از این فعالیت و بخش‌های جانبی/ مصاحبه ۱۰/ آقا/ ۳۵ ساله/ کشاورز/ روستای استاد)

با توجه ظرفیت‌های اشتغال‌هایی گردشگری و ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی، از مهاجرت‌های روستاییان به‌ویژه جوانان به شهرها و کار در مشاغل کاذب جلوگیری می‌شود. گردشگری روستایی بر پایداری اجتماعی و اقتصادی روستا تأثیر مثبت دارد. همچنین رونق گردشگری اقامتگاه‌های بوم گردی می‌تواند زمینه اشتغال و درآمدزایی زنان روستایی را فراهم آورد. یکی از زنان روستایی در این باره توضیح می‌دهد:

«گردشگری روستایی باعث شده است که اشتغال و کارآفرینی در این زمینه برای زنان روستایی نیز فراهم شود؛ ازجمله خود من که در عرصه صنایع دستی و پارچه‌بافی و چادرشب‌بافی فعالیت دارم.» (کد: ایجاد اشتغال و درآمد برای زنان روستایی/ مصاحبه ۸/ خانم/ ٤٠ ساله/ خانه‌دار و فعالیت در کارگاه خانگی/ روستای رویین)

٤. ۳. دولت، گسترش گردشگری و توسعه اقتصادی روستاهای هدف

گردشگری روستایی باعث رشد اقتصادی و ایجاد تنوع فعالیتی، اشتغال‌زایی و افزایش درآمد برای ساکنان روستایی می‌شود (ابراهیمی کوهبنه و ایزد، ۱۳۹۳، ص.۷۱)؛ به همین دلیل، در دو دهه اخیر فارغ از جناح‌بندی‌های موجود، دولت‌های مختلف به‌دنبال توسعه گردشگری به‌عنوان نوشدارویی برای احیای اقتصادی روستاها و کاهش فقر بوده‌اند (معمولاً دولت‌های نئولیبرال بیشتر به گسترش اشتغال‌های کارآفرینانه بنابر آموزه‌های اقتصاد آزاد و بدون دخالت

دولت تمایل دارند). از دیدگاه دولت‌های مختلف، تجدید ساختار اقتصاد روستایی و نهادینه شدن کارآفرینی و اشتغال‌های جدید سبب افزایش فرصت‌های اشتغال می‌شود. برای دستیابی به این هدف، همواره کشاورزان و روستاییان به‌سمت تنوع‌سازی اقتصاد روستایی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید مانند گسترش خرده‌فروشی‌ها، تولیدات دستی و خانگی و گردشگری هدایت و تشویق شده‌اند. یکی از مسئولان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان شمالی به‌عنوان متولی پیاده‌سازی و گسترش گردشگری روستایی، در این باره توضیح می‌دهد:

«ما به‌عنوان متولی اصلی گردشگری طبق سیاست‌های بالادستی موظف هستیم و سعی داریم اقتصاد گردشگری را در روستاها نهادینه کنیم. هدف از گسترش گردشگری روستایی، حل مشکلات اقتصادی و معیشت کشاورزان و تولیدکنندگان و ایجاد اشتغال و درآمدزایی است.» (کد: اهمیت گردشگری در حل مشکلات کشاورزی و تولیدی در روستاها از دید مسئولان دولتی/ مصاحبه ۲/ کارمندان اداره کل میراث فرهنگی خراسان شمالی/ بجنورد)

دولت‌مردان معتقدند که تنوع‌سازی کسب‌وکارهای محلی، راه‌حلی برای کشاورزی و اقتصاد آسیب‌پذیر روستایی محسوب شود. گذشته از تولیدات دستی و خانگی و گسترش خرده‌فروشی‌ها و بازارچه‌های محلی، گردشگری در صدر برنامه‌های احیای اقتصادی روستایی قرار دارد؛ چراکه گردشگری اقتصاد محلی را تحریک می‌کند (جوردان[1]، اسمولسیس[2] وسولدیک[3]،۲۰۱۲، ص.۳۱۳). یکی از مسئولان درباره اهمیت گردشگری توضیح می‌دهد:

«ما به گردشگری به‌عنوان یک اقتصاد مکمل برای کسب درآمد اضافی و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های تولیدی نگاه می‌کنیم.» (کد: تنوع‌بخشی به اقتصاد روستاها در سیاست‌گذاری‌ها از طریق گردشگری و کسب درآمد اضافی / مصاحبه ۳/ کارمندان اداره کل میراث فرهنگی خراسان شمالی/ بجنورد)

1. Jurdana
2. Smolčić
3. Soldić

تمرکز بر اقامتگاه‌های بوم‌گردی، گذشته از اسکان و پـذیرایی، بـا هـدف ایجـاد بازارهـای جدید برای فروش محصولات کشاورزی و محلی و حل مشکلات کاهش نوسانات گـاه و بـی گاه قیمـت صـورت گرفـت، امـا در ادامـه و بنـابر مصـاحبه‌های به‌دسـت‌آمده، همـین انـدک اقامتگاه‌های بوم‌گردی گسترش‌یافته در روستاهای مطالعه‌شده برای آزمایش هم که شده است، قادر به نهادینه‌کردن کارکرد فروش محصولات در خود نبوده‌اند و حضور گردشگران صرفاً بـه اقامت و تفریح محدود شده است. یکی از روستاییان در این باره توضیح می‌دهد:

«گردشگری برای ما درآمدزایی نکرده. محصولات محلی ما را کسـی نمـی‌شناسـد کـه بـه فروش رود. گردشگری در معرفی و ارائه محصولات تا به اینجـا موفـق عمـل نکـرده اسـت.» (توانایی نداشتن گردشگری در ارائه و فروش محصولات محلی و ایجـاد درآمـد بـرای مـردم محلی/ مصاحبه ۳۳/ آقا/ ۵۵ ساله/ کشاورز/ روستای گلیان)

گردشگری به‌عنوان یک راهبرد توسـعه روسـتایی نیـز مـدنظر دولـت‌مـردان بـوده اسـت؛ بااین‌حال، انتظار می‌رفت که گردشگری در قالب اقامتگاه‌های بوم‌گردی با ایجاد زنجیره تولیـد و مصرف به روستاییان برای مقابله با نوسـانات بـازار و حفـظ کشـاورزی و درنتیجـه تـأمین معیشت خانوار و جلوگیری از مهاجرت کمک کند، اما در طی این مدت دولت به ایـن نتیجـه رسیده است که گردشگری صرفاً می‌تواند به‌عنوان یک منبع مکمل درآمدی بـرای خانوارهـای روستایی محسوب شود و قادر نیست جایگزینی برای اشتغال‌های گذشته محسوب شود. پیـرو این اظهارنظر، بسیاری از محققان و مسئولان معتقدنـد کـه در تجـویز کـارآفرینی‌هـای جدیـد ازجمله گردشگری در مناطق روستایی باید جانب احتیاط را پیش گرفت؛ چراکه نهادینه کردن چنین فعالیت‌هایی بسیار سخت و دشوار است. یکی از مسئولان در این باره توضیح می‌دهد:

«اگرچه بنابر برنامه‌های ابلاغی و دستورالعمل‌های بالادستی موظف بـه اجـرا و پیاده‌سـازی گردشگری در مناطق روستایی درنظرگرفته‌شده و هدف هستیم، اما تضمین نمـی‌دهـیم کـه در مسیر موفق عمل کنیم. علاوه‌بر اعتبارات و منابع مالی موردنیاز و ایجاد زیرساخت‌ها، پـذیرش ساکنان محلی و سطح مهارت و دانش آن‌ها برای راه‌اندازی و ادامه کار مهم اسـت کـه تحقـق این الزامـات سـختی و دشـواری خـاص خـود را دارد.» (سـختی و دشـواری نهادینـه کـردن

گردشگری و کارآفرینی‌های نو در روستاها از دیدگاه مسئولان دولتی/ مصاحبه ۱ / کارمندان اداره کل میراث فرهنگی خراسان شمالی/ بجنورد)

در ابتدا مسئولان استان مانند سایر نقاط کشور اقدام به سنگ‌فرش کردن روستاها و احیای بافت‌های تاریخی و اعطای تسهیلات به ترمیم خانه‌های قدیمی و تبدیل آن‌ها به اقامتگاه‌های بوم‌گردی کردند. در ادامه نیز مشاوره و آموزش‌هایی مبنی‌بر نحوه احداث و بازسازی و پذیرش و ارائه خدمات به گردشگران صورت گرفت، اما نتایج نشان می‌دهد، باگذشت زمان حمایت‌های مالی دولت از پروژه‌های گردشگری اقامتگاه‌های بوم‌گردی کاهش‌یافته است. گذشته از سختی مراحل دریافت وام و صرف‌نظر بسیاری از افراد متقاضی، کسری بودجه و محقق نشدن وعده‌های تأمین اعتبار باعث شده است که راه‌اندازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی براساس برنامه‌های تعیین‌شده پیش نرود یا به‌صورت نیمه‌کاره رها شود. از طرفی، فقدان برنامه بازاریابی مشخص و ناچیز بودن تبلیغات متناسب با این اقامتگاه‌ها و توجه صرف به توسعه کمی این واحدها بدون درنظرداشتن نحوه جذب مشتریان، سبب شده است که بیشتر واحدهای اقامتی با مشکل جذب مشتری مواجه شوند و درآمدزایی نداشته باشند. یکی از کارآفرینان در این باره توضیح می‌دهد:

«مسئولان توجهی به کسب‌وکار ما از لحاظ کمک‌های مالی و دادن تسهیلات نمی‌کنند تا کارهایی را که شروع کردیم تکمیل و تجهیز شود. فقط بعضی از اوقات برای بازدید از اقامتگاه‌های بوم‌گردی به روستا می‌آیند. متولیان میراث فرهنگی نیز فقط در حد مشاوره و تشویق به ادامه کار از ما حمایت می‌کنند. درکل آنچنان گردشگری نداریم؛ چراکه تبلیغات و بازاریابی نداریم.» (کد: تداوم نداشتن و تکمیل نشدن چرخه حمایت‌ها و نیمه‌کاره رهاکردن طرح‌ها/ مصاحبه ٤/ آقا/ ٥٥ ساله/ گردشگر پذیر/ روستای رویین)

یکی دیگر از نتایج به‌دست‌آمده این بود که مسئولان همواره به‌دنبال طرح پروژه‌های جدید در روستاهای هدف هستند که مسلم است حمایت‌های مالی صرف پروژه‌های جدید خواهد شد و سرمایه‌گذاری در پروژه‌های موجود به تعویق می‌افتد؛ برای نمونه، به‌تازگی دفتر هماهنگی عمرانی و خدمات روستایی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور کارگروهی را برای دریافت طرح‌های جدید و بررسی آن‌ها تشکیل داده است. در حال حاضر، دولت به‌جای

کمک مالی به‌دنبال آموزش و مشاوره به روستاییان است. درواقع، دولت یا بر کمک‌های مالی یا بر آموزش و توانمندسازی تمرکز دارد و هر دو را نیز ناقص و نیمه‌کاره انجام می‌دهد.

بیشتر مالکان اقامتگاه‌های بوم‌گردی و مسئولان محلی از ورود و حمایت دولت صحبت کرده‌اند. یکی از مسئولان محلی در این باره توضیح می‌دهد:

«مسئولان هرازگاهی در برنامه‌های تلویزیونی به‌ویژه در شبکه استانی و جشنواره‌های ملی و استانی و گزارش‌های آن در رسانه به تبلیغ و معرفی روستا و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی و اقامتی پرداخته‌اند که این شکل از تبلیغات کلی و مقطعی آن‌طور که باید و شاید اثربخش نخواهد بود.» (کد: نحوه حمایت مسئولان از گردشگری روستایی و اثربخش نبودن آن/ مصاحبه ۱۵ / آقا/ ۲۸ ساله/ دهیار/ روستای زوارم)

هنگامی که از اثربخشی این حمایت‌ها سؤال شد، به نظر می‌رسد که شکاف درخور توجهی بین آنچه ساکنان محلی می‌خواهند و آنچه دولت حمایت کرده است، وجود دارد. بیشتر مالکان اقامتگاه‌های بوم‌گردی خواهان بازاریابی و تبلیغات بیشتر برای جذب گردشگر به‌ویژه معرفی جاذبه‌های روستا در رسانه‌ها و اینترنت و همچنین نصب تابلوهای تبلیغاتی بیشتر در مسیرهای اصلی و در اماکن عمومی هستند. یکی از کارآفرینان گردشگری در این باره توضیح می‌دهد:

«با توجه پتانسیل زیاد روستا، مردم خواستار سرمایه‌گذاری بیشتر در گردشگری هستند، اما مسئولان توجه ندارند. حتی یک تابلوی تبلیغاتی هم برای گردشگری در مسیر اصلی نصب نشده است تا برسد سایر به اینکه مردم پیشنهاد ایجاد غرفه و مراکز فروش ارائه کرده‌اند. ما تمایل داریم گردشگر جذب کنیم و [نه صرفاً ساخت‌وساز و مشاوره].» (کد: درخواست تبلیغات و بازاریابی بیشتر و مؤثرتر از مسئولان توسعه گردشگری/ مصاحبه ١٤/ آقا ٤٦ ساله/ گردشگر پذیر/ روستای زوارم)

از بطن مصاحبه مسئولان محلی می‌توان فهمید که هرساله بودجه‌هایی برای توسعه گردشگری به روستاها تزریق می‌شود که باید در جهت تسهیل جذب گردشگر و فعالیت‌های مربوط به تبلیغات و بازاریابی هزینه شود. معمولاً بودجه‌های لحاظ‌شده در گردشگری صرف نشده و در سایر بخش‌ها مصرف می‌شود. یکی از مسئولان در این باره توضیح می‌دهد:

«عمدتاً اندک بودجه‌های سالانه میراث فرهنگی صرف تکمیل سنگ‌فرش کردن روستا و ایجاد دیوار ساحلی می‌شود؛ این در حالی است که بنیاد مسکن در قالب طرح تکمیلی بعد از طرح هادی مسئولیت سنگ‌فرش کردن و دیوارچینی ساحلی را بر عهده دارد؛ بنابراین بودجه به فعالیت‌های اصلی یعنی احداث و تجهیز اقامتگاه‌ها، آموزش و تبلیغات نمی‌رسد.» (کد: صرف بودجه‌های گردشگری صرفاً در فعالیت‌های عمرانی و زیرساختی و نه تبلیغات و بازاریابی/ مصاحبه ۱ / کارمندان اداره کل میراث فرهنگی خراسان شمالی/ بجنورد)

مالکان اقامتگاه‌های بوم‌گردی اعتقاد داشتند، در صورتی می‌توان به کسب‌وکار گردشگری اعتماد کرد و وابسته شد که در تمامی فصول بتوان گردشگر جذب کرد و درآمد دائم داشت؛ این در حالی است که ما صرفاً در فصل تابستان و آن هم به‌صورت پراکنده گردشگر داریم. مسئولان باید برای بازاریابی برنامه مشخصی داشته باشند و به حمایت‌های تبلیغاتی جذب گردشگر استمرار بخشند. تبلیغات ناچیز است. یکی از کارآفرینان گردشگری در این باره توضیح می‌دهد:

«صرفاً در بهار و تابستان و درواقع فصل برداشت محصولات جذب گردشگر میسر است؛ بنابراین در سایر فصول گردشگر نداریم. درآمد گردشگری موقت است و مربوط به تمامی سال نمی‌شود. برای این نقص و تداوم درآمدزایی باید چاره‌ای اندیشید.» (کد: فصلی بودن درآمد گردشگری و نبود برنامه برای تمام فصول/ مصاحبه ۱۸ / آقا/ ۵۵ ساله/ روستای درکش)

از طرفی مسئولان باید زمینه‌های همکاری بین کارآفرینان گردشگری در درون و بیرون از روستا را با هدف تبادل اطلاعات و مهارت فراهم کنند؛ برای نمونه، تشکیل تعاونی‌ها و صندوق‌های منطقه‌ای کارآفرینان اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای سرمایه‌گذاری، ایجاد شبکه دانش و جریان جذب گردشگر و دستیابی به اشتراک‌هایی در راستای بندسازی مکان و تبلیغات و بازاریابی، بسیار مهم به نظر می‌رسد؛ این در حالی است که نتایج نشان می‌دهد، کسب‌وکارهای گردشگری عموماً به‌صورت منفرد و جداگانه فعالیت‌های خود را هدایت می‌کنند و آگاهی از فعالیت‌های جمعی و گروهی در این زمینه وجود ندارد. یکی از مسئولان محلی در این باره توضیح می‌دهد:

«ما در ابتدایی‌ترین نیازهای گردشگری مشکل داریم. در رسیدگی به تقاضاهای ایجاد اقامتگاه‌ها و کمپ‌های تفریحی، دادن تسهیلات، تهیه زمین و ساخت بنا، تجهیز کسب‌وکارها و تبلیغات و بازاریابی مسئولان توجهی به تداوم حمایت‌ها و رفع مشکلات اولیه ندارند تا یک کسب‌وکار شکل بگیرد و برای فعالیت تکمیل شود تا در مراحل بعدی به فکر کار جمعی و تبادل اطلاعات و مهارت و گردشگر باشیم. روستا و کسب‌وکارهای ما آماده برای فعالیت نیستند تا به فکر الزامات دیگر باشیم. نخست باید سودآوری گردشگری برای هریک از کارآفرینان مشخص و تضمین شود تا اینکه در ادامه ارتباط درون و برون از روستا شکل بگیرد.» (کد: اهمیت کار گروهی و جمعی با کسب‌وکارهای درون و بیرون روستا/ مصاحبه ۱۷/ آقا/ ٤۳ ساله/ شورا/ روستای خسرویه)

از نتایج به‌دست‌آمده از مصاحبه مشهود است که مسئولان در ایجاد شبکه‌های همکاری و مکمل یکدیگر موفق نبوده‌اند و همان‌طورکه گفته شد، کسب‌وکارهای گردشگری به‌صورت منفرد فعالیت دارند.

٤. ٤. حمایت‌های دولتی و جوامع محلی از توسعه گردشگری

نهادینه شدن گردشگری در مناطق روستایی به حمایت‌های دولتی و البته حمایت جوامع محلی از یکدیگر نیاز دارد. اگر توجه داشته باشیم، به غیراز روستای درکش تمامی روستاهای هدف گردشگری در استان خراسان شمالی از مسیرهای اصلی فاصله دارند و به‌نوعی در مناطق نسبتاً دورافتاده پراکنده شده‌اند که این امر دشواری‌هایی را در جذب گردشگر به وجود آورده است. یکی از مسئولان محلی در این باره توضیح می‌دهد:

«اگر بتوان با روستاهای مجاور درزمینهٔ تبادل اطلاعات و راهنمایی برای نحوه و نوع ارائه و فروش محصولات و خدمات ارتباط برقرار کرد، پیشرفت خیلی راحت‌تر و بهتر به دست می‌آید، اما این امر مستلزم داشتن راه‌های مواصلاتی مناسب بین روستایی و تعدد مراکز اقامتی در روستاها است که مسئولان دولتی باید برای مهیاکردن این الزامات حضور قدرتمند و مستمر داشته باشند.» (کد: کار گروهی و به اشتراک گذاشتن اطلاعات و راهنمایی دربارهٔ نحوه و نوع ارائه و فروش محصولات با یکدیگر/ مصاحبه ۱۵/ آقا /۲۸ ساله/ دهیار/ روستای زوارم)

سپس اینکه کارآفرینان گردشگری با شناسایی ظرفیت‌های سایر نقاط برای یکدیگر بازاریابی و جذب گردشگر می‌کنند. یکی از کارآفرینان گردشگری در این باره توضیح می‌دهد:

«تلاش زیادی کرده‌ایم با تمام مراکز بوم‌گردی استان و کشور ارتباط برقرار کنیم و از طریق معرفی ظرفیت‌ها به یکدیگر تبادل گردشگر کنیم که جواب داده است. به‌محض خروج گردشگر از رویین با توجه به مسیر مسافرتی آن‌ها، اقامتگاه‌های بوم‌گردی رسمی دیگری را پیشنهاد می‌کنیم و هماهنگی‌های لازم را همکاران برای اسکان و پذیرایی انجام می‌دهند.» (کد: معرفی ظرفیت‌ها به یکدیگر و تبادل گردشگر/ مصاحبه ٦/ آقا/ ۵۵ ساله/ گردشگر پذیر/ روستای رویین)

درنهایت، کارآفرینان کوچک با برقراری ارتباط با کسب‌وکارهای بزرگ‌تر و آژانس‌های مسافرتی در شهرها می‌توانند کسب مهارت کنند و کسب‌وکارهای کوچک نیز می‌توانند محصولات و کالاهای سنتی و فرهنگی خود را در اختیار این شرکت‌ها بگذارند. یکی از کارآفرینان گردشگری در این باره توضیح می‌دهد:

«رمز موفقیت ما ارتباط با آژانس‌های مسافرتی و تورهای گردشگری معروف واقع در کلان‌شهرهاست. آن‌ها علاوه‌بر آموزش مهارت‌های گردشگری، به‌ویژه ارائه اسکان و خدمات به گردشگران خارجی زمینه را برای فروش محصولات و صنایع‌دستی روستا با قیمت زیاد فراهم می‌آورند.» (ارتباط با کسب‌وکارهای بزرگ‌تر و آژانس‌های مسافرتی و گردشگری واقع در شهرها/ مصاحبه ۱۹/ آقا/ ۳۵ ساله/ گردشگر پذیر/ روستای درکش)

باید به این نکته نیز اشاره کرد که بهره‌گیری متفاوت کارآفرینان گردشگری و ساکنان محلی از سکونتگاه‌های روستایی، کشاورزی و منابع طبیعی می‌تواند تضادهایی را نیز به وجود آورد. کارآفرینان منابع محلی و جاذبه‌های محلی را به‌مثابه کالایی برای ارائه به گردشگران و کسب درآمد تلقی می‌کنند؛ درحالی‌که مردم محلی منابع و جاذبه‌های طبیعی را بخشی از طبیعت و محیط زندگی و تولیدات کشاورزی می‌دانند و درگیری‌ها دربارهٔ گسترش گردشگری می‌تواند همواره وجود داشته باشد. یکی از روستاییان در این باره توضیح می‌دهد:

«گردشگری برای ما به‌جز ضرر چیزی نداشته است. مردم برای تفریح و گذران اوقات‌فراغت در کنار رودخانه چندساعتی چادر می‌زنند و عایدی برای روستا ندارند. در مدت

حضور درخت‌ها را می‌شکنند، باغات را آتش می‌زنند، آشغال می‌ریزند و رودخانه و طبیعت را کثیف می‌کنند؛ البته میزان تولید محصولات باغی و دامی ما زیاد است و اندک خرید گردشگر هم به کار ما نمی‌آید و اگر صورت نگیرد هم مهم نیست.» (کد: تضاد ساکنان محلی با کارآفرینان دربارهٔ گسترش گردشگری و آسیب‌های آن/ مصاحبه ۳۵/ آقا/ ٦٢ ساله/ کشاورز/ روستای گلیان)

از دیگر مشکلات سیستم سرمایه‌گذاری و تأمین اعتبارات و اعطای تسهیلات تعلق گرفتن اعتبارات و تسهیلات به طرح‌ها و افراد خاص است. درواقع، سازمان‌های متولی گردشگری در اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری‌ها و اعطای وام بزرگ و خرد برخی از پروژه‌ها و افراد را ارجح‌تر می‌دانند و بر همین اساس روستا و افراد به‌طور مساوی دسترسی به منابع مالی ندارد. یکی از مسئولان محلی در این باره توضیح می‌دهد:

«با اینکه متولیان توسعه گردشگری روستایی در گفته‌های خود همواره بر گسترش اقامتگاه‌های بوم‌گردی و آماده‌سازی محیط روستا برای گردشگران تأکید دارند، اما حدود پنج سال پیش به احداث یک کمپ بزرگ گردشگری در روستای ما اقدام کردند. باگذشت این مدت و هزینه‌کرد دو میلیارد تومان هنوز هم به بهره‌برداری نرسیده و سرمایه‌گذاری صورت‌گرفته هیچ نفعی برای روستا و مردم نداشته است. از اول هم جانمایی این پروژه اشتباه بود. اگر نیمی از این سرمایه‌گذاری را در پروژه‌های دیگر هزینه می‌کردند، نتیجه می‌داد. حداقل اگر درمورد مکان احداث این کمپ تفریحی از مردم و مسئولان محلی مشورت و راهنمایی می‌گرفتند، شاید به نتیجه بهتری می‌رسیدند.» (کد: تفاوت در اولویت سرمایه‌گذاری‌ها و تبعیض در اعطای تسهیلات به روستاها و افراد/ مصاحبه ۱۱/ آقا/ ۳۹ ساله/ دهیار/ روستای اسفیدان)

فارغ از رعایت دستورالعمل و ضوابط سازمان‌ها و طی کردن مراحل مختلف دریافت تسهیلات، برقراری ارتباطات غیررسمی و مقبولیت نزد متولیان گردشگری می‌تواند نحوه و میزان اعتبارات برای افراد و روستاها را مشخص کند. از طرفی اداراتی مانند بنیاد مسکن برای اعطای تسهیلات دستورالعمل‌ها و اولویت‌های دیگری را دنبال می‌کردند. یکی از مسئولان محلی در این باره توضیح می‌دهد:

«اگرچه بنیاد مسکن متولی اعطای وام و مجوز و راهنمایی برای احداث یا تبدیل خانه‌های قدیمی به اقامتگاه‌های بوم‌گردی است، اما در حال حاضر بیشتر بر تکمیل طرح هادی و سنگ‌فرش کردن و دیوارچینی ساحل رودخانه تمرکز دارد تا راه‌اندازی کسب‌وکار برای متقاضیان.» (کد: نبود هماهنگی بین ادارات مختلف دخیل در امر گردشگری روستایی و تضاد در اولویت‌ها/ مصاحبه ١٦ / آقا/ ٤٦ ساله/ دهیار/ روستای زوارم)

در آخر می‌توان به نبود هماهنگی ادارات و سازمان‌هایی مانند جهاد کشاورزی و منابع طبیعی با میراث فرهنگی و گردشگری در امر توسعه کسب‌وکارهای جدید اشاره کرد. در این میان، اداره جهاد کشاورزی بیشتر به‌دنبال تولید و حفظ ساختار باغات و مزارع است و منابع طبیعی به‌دنبال حفظ منابع آبی و مرتع و اکوسیستم کوهستان. هرگونه بهره‌برداری خارج از ضوابط آن‌ها تخلف محسوب می‌شود و از آن ممانعت می‌شود. یکی از کارآفرینان گردشگری در این باره توضیح می‌دهد:

«پیشنهادهایی برای ایجاد زیرساخت و تفرجگاه ارائه کرده‌ایم که به‌دلیل کمبود زمین در روستا و همکاری نکردن اداره امور اراضی و منابع طبیعی ایجاد نشده است. برای گسترش گردشگری نیازمند زمین و عرصه خارج از محدود طرح هادی هستیم؛ به‌خصوص کمپ‌های تفریحی و پارکینگ و حتی ایجاد آلاچیق در باغ‌ها. از دست شورا و دهیاری دیگر کاری برنمی‌آید. ادارات مذکور باید اجازه بهره‌برداری خارج از محدوده را بدهند که همکاری نمی‌کنند؛ البته قیمت زمین بالاست و از زمین‌های خالی درون روستا را نمی‌شود استفاده کرد.» (نبود هماهنگی بین ادارات مختلف دخیل در امر گردشگری روستایی و تضاد در اولویت‌ها/ مصاحبه ٥/ آقا/ ٤٥ ساله/گردشگرپذیر/ روستای رویین)

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج پژوهش نشان داد، در مناطق روستایی بررسی‌شده هدایت روستاها به‌سمت اقتصادهای مصرفی و گردشگری موفق نیست و به‌آسانی می‌توان فهمید که این پروژه‌های بلندپروازانه به‌راحتی قابل پیاده کردن در جوامع محلی نیستند؛ چراکه اساساً مناطق روستایی فاقد صرفه‌های اقتصادی به لحاظ مقیاس و تراکم جمعیتی و سکونتگاهی هستند که در این

عرصه بـرای بلـوغ و موفقیـت کسـب‌وکارهای جدیـد و نوپـا ضـروری اسـت (پراکنـدگی و دوردستی). از طرفی، هرکسی در روستا توانایی تبدیل شـدن بـه کـارآفرین را نـدارد؛ چراکـه نیازمند مهارت سطح بالـا و تحصـیلات عـالی اسـت. گذشـته از ایـن، بسـیاری از روسـتاییان نمی‌توانند خود را با دشواری‌های کار تطبیق دهند یا انگیزه و پشتکار برای رسیدن به موفقیـت را ندارند. رویکردهای به‌کارگرفته‌شده در ارتباط با گسترش و توسعه گردشگری اشتباه اسـت؛ چراکه نتوانسته است ارتباط منطقی بین کشاورزی و فروش محصولات و افرادی که خـارج از این عرصه هستند، برقرار کند و بیشـتر اسـکان و پـذیرایی و بازدیـد از جاذبـه‌های طبیعـی و فرهنگی و بافت تاریخی را آن هم در استانداردی تعریف‌شده برای تمامی روستاهای هدف در سراسر کشور مدنظر قـرار داده اسـت. فـارغ از ایـن تحلیل‌هـا، بـه‌هرحال در سـال‌های اخیـر سرمایه‌گذاری‌هایی در امر نهادینه گردشگری روستایی صورت گرفته است و افـرادی بـه ایـن فعالیت مشغول شده‌اند و افرادی نیز به‌دنبال راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدیـد در ایـن ارتبـاط هستند. اگرچه اقتصاد کنونی روستا درگیر مشکلات بازار و تغییرات آب و هوایی اسـت، بایـد گفت محیط کسب‌وکار گردشگری نیز یکـی از پرمخـاطره‌ترین عرصـه‌های فعـالیتی اسـت و کارآفرینان با موانع و مشکلات متعددی در راه‌اندازی و گسترش فعالیت‌ها مواجـه هسـتند کـه باید بررسی شود.

با گذشت بیش از یک دهه از انتخـاب روسـتاهای هـدف گردشـگری در اسـتان خراسـان شمالی، این مداخلات در مراحل ابتدایی قرار دارد و گردشگری به‌عنوان اقتصاد فراگیر و حتی مکمل روستاهای مطالعه‌شده محسوب نمی‌شـود. دولـت در ایـن مـدت صـرفاً بـه اصـلاح و آماده‌سازی بافت تاریخی روستاها اقدام کرده و سعی کرده است تسهیلات لـازم بـرای تبـدیل خانه‌های قدیمی به اقامتگاه‌های بوم‌گردی و احداث اماکن جدید فراهم کنـد و بـه متقاضـیان ارائه کند؛ ازاین‌رو نمی‌توان گفت، بخش گردشگری سبب احیای اقتصاد روستایی و کشاورزی و بازاری برای فروش محصولات و منتفع شدن ساکنان محلی خارج از این فعالیت شده است. شاید قضاوت دربارۀ کسب‌وکارهای نوپا زود باشد، اما نتایج نشان داد که حمایت‌هـای دولتـی به‌صورت مقطعی، بیشتر به شروع پروژه‌ها مربوط مـی‌شـود و بـه‌نوعی بـرای تکمیـل چرخـه گردشگری یعنی توسعه فیزیکی، مشاوره و آمـوزش و درنهایـت تبلیغـات و بازاریـابی تـداوم

ندارد. عکس این مطلب نیز صادق است؛ بدین صورت که دولت در برخی مواقع به آموزش و توانمندسازی متقاضیان و کارآفرینان می‌پردازد و به تعهدات مالی خود برای گسترش و توسعه کسب‌وکارها عمل نمی‌کند. مسئله دیگر اینکه طرح پروژه‌های جدید از سوی دولت باعث شده است پیگیری پروژه‌های موجود به تعویق افتد و کمک‌های مالی به سایر فعالیت‌ها اختصاص یابد. علاوه بر این، اولویت‌های دولتی با اولویت‌های متقاضیان و کارآفرینان گردشگری در نحوه پشتیبانی از کسب‌وکارها متفاوت بود. دولت، بیشتر به‌دنبال توسعه فیزیکی و اصلاح و احداث بنا و تجهیز زیرساخت‌ها بود؛ درحالی‌که کارآفرینان گردشگری خواستار بازاریابی و تبلیغات بیشتر برای جذب گردشگر به‌ویژه معرفی جاذبه‌های روستا در رسانه‌ها و اینترنت وهمچنین نصب تابلوهای تبلیغاتی بیشتر در مسیرهای اصلی و در اماکن عمومی بودند. ازنظر کارآفرینان، دولت و مسئولان محلی حرکت‌هایی را برای آشنایی ساکنان شهری و افراد بیرونی با روستاهای هدف انجام داده‌اند که برای جذب گردشگر ناچیز است و کفایت نمی‌کند. در این میان، بسیاری از پاسخ‌دهندگان اعتقاد داشتند، تفرجگاه‌های شناخته‌شده به‌ویژه در پیرامون شهر بجنورد بیشترین تبلیغات و جذب گردشگر را دارد و روستاهای هدف در حاشیه قرارگرفته‌اند. علاوه بر این، پاسخ‌دهندگان معتقد بودند، هرازگاهی که بودجه‌هایی برای ارتقای کسب‌وکارهای گردشگری و فعالیت‌هایی همانند تبلیغات و بازاریابی و تجهیز اقامتگاه‌های بوم‌گردی در نظر گرفته می‌شود، مسئولان محلی این بودجه‌ها را در سایر بخش‌های روستا هزینه می‌کنند و به گردشگری اختصاص نمی‌یابد.

مشهود است که گردشگری در روستاهای هدف خراسان شمالی با خلأ همکاری و مشارکت محلی بین کارآفرینان در درون روستا و در سطح منطقه‌ای به‌عنوان پیش‌نیاز توسعه کسب‌وکارهای جدید و برآورده کردن نیازهای مالی، اطلاعاتی و بازاریابی مانند سایر نقاط کشور روبه‌روست. در ارتباط با ضرورت همکاری در بخش گردشگری، خارتیشویلی[1]، موهار[2]، داکس[3] و خلاشویلی[4] (۲۰۱۹) معتقدند، برای اثرگذاری مطلوب گردشگری بر نواحی

1. Khartishvili
2. Muhar
3. Dax
4. Khelashvili

روستایی باید ساختار برجسته گردشگری روستایی در سطح ملی ایجاد شود که بر مسائل استراتژیک و هنجارهای عمومی گردشگری روستایی تمرکز کند؛ بنابراین خلأ همکاری در استان خراسان شمالی به گسترش اندک کسب‌وکارهای گردشگری در سطح روستاهای هدف و نبود زمینه‌های همکاری و مشارکت و درنتیجه تبادل دانش و اطلاعات برمی‌گردد. برخلاف کشورهای توسعه‌یافته که کارآفرینان ابتکاراتشان را در هسته‌های کوچک همکاری ارائه می‌دهند، کارآفرینان در کشورهای درحال‌توسعه باید شبکه گسترده‌ای از همکاری‌ها را در سطوح جامعه و منطقه به وجود آورند که ضعف‌های دانش، مهارت، فناوری‌های جدید و اقتصادی راه‌اندازی نکردن فعالیت‌ها (به‌دورافتادگی) را جبران و پشتیبانی کنند. به‌طور مشخص، هیچ تشکل و صندوقی در سطوح روستاها و منطقه شکل نگرفته است که کارآفرینان بتوانند ابتکارات خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. نبود همکاری بین کارآفرینان در سطح روستا و منطقه به هر دلیلی مانع جذب و ماندگاری گردشگران در روستاهای موردمطالعه شده است؛ این در حالی است که با مشارکت نیازهای کالایی یکدیگر را هنگام کمبود تأمین می‌کردند، خدمات متنوع و متعددی را به گردشگران ارائه می‌دادند و از همه مهم‌تر این امکان به وجود می‌آمد که با آژانس‌های مسافرتی بزرگ‌تر ارتباط داشته باشند و بسیاری از محصولات منحصر به فرد خود را بفروشند و به کمک آن‌ها جذب گردشگر کنند؛ البته باید یادآور شد که گسترش گردشگری از گروه‌های منفرد به سطوح جامعه روستایی و منطقه تضادهایی را نیز بین کارآفرینان و ساکنان محلی خارج از این فعالیت به وجود می‌آورد؛ چراکه ساکنان محلی منابع و جاذبه‌های طبیعی را بخشی از طبیعت و محیط زندگی و تولیدات کشاورزی می‌دانند و درمقابل کارآفرینان منابع محلی و جاذبه‌های محلی را به‌مثابه کالایی برای ارائه به گردشگران و کسب درآمد تلقی می‌کنند.

علاوه بر این‌ها، تعاملات سازنده بین سازمان‌های دولتی و جوامع محلی یکی دیگر از عوامل تعیین‌کننده توسعه و نهادینه گردشگری در روستاهای هدف محسوب می‌شود. دراین‌ارتباط نتایج نشان می‌دهد، با وجود هماهنگی‌های صورت‌گرفته، بنیاد مسکن در آماده‌سازی و گسترش اقامتگاه‌های بوم‌گردی دستورالعمل‌ها و اولویت‌های دیگری را دنبال می‌کند و تمرکز خود را بیشتر بر سنگ‌فرش کردن روستا معطوف کرده است. از طرفی،

بودجه‌های لحاظ‌شده برای ادارات و سازمان‌های مختلف مرتبط با گردشگری متفاوت است و همواره کمترین میزان اعتبارات به میراث فرهنگی و گردشگری اختصاص داده می‌شود. در اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری‌ها و اعطای وام بزرگ و خرد برخی از پروژه‌ها و افراد را ارجح‌تر می‌دانند؛ زیرا هریک پروژه‌های خاصی را مدنظر دارند و در وضعیت ناهماهنگ افراد به‌صورت مساوی به منابع مالی دسترسی ندارند (ازآنجاکه بودجه‌های درنظرگرفته‌شده برای هر سازمان متفاوت است، سازمان‌هایی که تمکن مالی بهتری دارند، به افراد ذی‌نفوذ خود وام و تسهیلات می‌دهند و این امر تبعیض به وجود می‌آورد. در اعطای مجوزها نیز بدین صورت عمل می‌شود). هماهنگ نبودن سازمان‌هایی همچون جهاد کشاورزی و منابع طبیعی با میراث فرهنگی و گردشگری در توسعه کسب‌وکارهای جدید را می‌توان مدنظر قرار داد. این سازمان‌ها مخالف هرگونه تغییر ساختار و کاربری در روستا هستند و در هدایت و تجدید ساختار کشاورزی و منابع طبیعی از کارکردهای تولیدی به مصرفی و تفریحی مانع ایجاد می‌کنند.

درمجموع، برای شناخت الزامات نهادینه شدن گردشگری در روستاها نباید صرفاً به عناصر خامی همچون امکانات اقامتی و تفریحی، دسترسی آسان، مشاوره و آموزش، تبلیغات، بازاریابی، سرمایه‌گذاری و در اقدامی پیشرو، مشارکت ساکنان محلی در طرح‌ها اشاره و بسنده کرد؛ بلکه مهم است ساختارهای حمایتی و نحوه مواجهه دولت با روستاها و گردشگری نیز بررسی شود. مشخص است که اعمال سیاست‌های گردشگری در روستاها با هدف احیای اقتصادی روستاها و ایجاد اشتغال به‌دلیل فضای مخاطره‌آمیز و شکننده کار در بخش کشاورزی و تولید صورت گرفته است؛ بااین‌حال، این سیاست‌ها به‌طور اثربخش اجرا و پیاده‌سازی نشده و حمایت‌ها تداوم نداشته‌اند. فقدان قدرت مالی و اجرایی سازمان میراث فرهنگی و اولویت‌های متفاوت سایر سازمان‌های ذی‌ربط باعث شد تا نتایج عملی این راهبرد اندک و کم‌رنگ باشد. علاوه بر این‌ها، ناهمخوانی حمایت‌های ارائه‌شده و خواسته‌های کارآفرینان و ساکنان محلی باعث شده است که مشکلات و موانع توسعه گردشگری به‌طور مطلوب تشخیص داده نشود. همچنین دولت و حمایت‌های آن بخشی از پازل موفقیت گردشگری روستایی است و بخش دیگر همکاری‌های درون و بیرون روستا و تشکیل شبکه‌های دانش و

جریان‌های سرمایه‌ای برای کسب مهارت و بازاریابی و تبلیغات و درنهایـت جـذب گردشـگر است (رویکرد جامعه‌محور به گردشگری).

متناسب با تحلیل‌های ذکرشده پیشنهادها زیر ارائه می‌شود:

۱- به رسمیت شناختن گردشگری به‌عنوان فعالیت مکمل و نه جایگزین؛ چراکـه بسـیاری از پروژه‌های گردشگری در درآمدزایی به مشکل برخورده‌اند و وابستگی کامل ساکنان محلـی به این کسب‌وکار نیز مخاطره‌آمیز خواهد بود؛ ازاین‌رو فعالیت‌های گذشته حفظ شده و درآمـد اصلی آن‌ها از باغداری و زراعت تأمین می‌شود؛

۲- تکمیل زنجیره حمایت‌ها از بخش گردشگری و گذار از الگـوی اسـکان و پـذیرایی و تفریح به فروش محصولات کشاورزی و تولیدات سنتی؛

۳- توجه به دو ضلع دیگر یعنی ساختار سیاست‌های حمایتی دولت و همکاری‌های درون و بیرون از روستا در کنار ضلع گسترش و مدیریت امکانات و زیرساخت‌های گردشگری؛

٤- اعمال رویکردهای جامعه‌محور به‌جای رویکردهـای منفـرد و اسـتانداردهای موفقیـت فردی کارآفرینی؛

۵- ایجاد نظام‌های فرامدیریتی و توجه به تشکیل صندوق‌های محلی و تعاونی‌های منطقـه برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات، مهارت و سرمایه و درنتیجه جذب هرچه‌بهتر گردشگر.

کتابنامه

۱. ابراهیمی کوهبنه، م.، و ایزد، ا. (۱۳۹۳). تحلیل پیامدهای توسعه گردشگری بر توسعه مناطق روستایی (مطالعه موردی: دهستان کسلیان استان مازندران). *راهبردهای توسعه روستایی*، *۱*(۱)، ۷۱-۸۳.

۲. خانی، ف.، قاسمی، ا.، و قنبری نسب، ع. (۱۳۸۸). بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه‌بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستایی چمخاله شهرستان لنگرود). *پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، *٤*(۱)، ۵۱-٦٤.

۳. دشتی شفیعی، ع.، فتحی، ر.، و امیری، ع. (۱۳۹۵). تحلیل صنعت گردشگری و نقش آن در توسعه پایدار روستایی. *سومین کنفرانس علمی پژوهشی افق‌های نوین در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی معماری و شهرسازی ایران*، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین، تهران.

٤. زرافشانی، ک.، شرفی، ل.، گراوندی، ش.، و قبادی، پ.(۱۳۹۲). بررسی اثرات توسعه گردشگری در ارتقاء شاخص‌های اقتصادی – اجتماعی نواحی روستایی (مورد: منطقه گردشگری ریجاب در استان کرمانشاه). *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۲(۵)، ۱۱۹–۱۳٤.

۵. ساربان، و.، و ملکی، ا. (۱۳۹٤). بررسی اثرات اقتصادی، اجتماعی و روان‌شناختی گردشگری بر توسعه مناطق روستایی شهرستان مشکین‌شهر (مطالعه موردی: دهستان لاهرود). *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، ۱٦(٤)، ۳۵–۵۰.

٦. علی‌اکبری، ا. (۱۳۹۱). *جغرافیای گردشگری ایران* (چاپ سوم). تهران: سمت.

۷. قاسمی، ا. (۱۳۸۸). *برنامه‌ریزی کالبدی حوزه‌های گردشگری روستایی* (چاپ اول). تهران: انتشارات بنیاد مسکن انقلاب اسلامی.

8. Anderson, E. Bakir, A. & Wickens, E. (2015). Rural tourism development in Connemara, Ireland. *Tourism Planning & Development*, *12*(1), 73-86.
9. Ghaderi, Z., & Henderson, J. C. (2012). Sustainable rural tourism in Iran: A perspective from Hawraman Village. *Tourism Management Perspectives*, *2*, 47-54.
10. Giannakis, E. (2014). The role of rural tourism on the development of rural areas: The case of Cyprus. *Romanian Journal of Regional Science*, *8*(1), 38-53.
11. Giles, E. L., Bosworth, G., & Willett, J. (2013). The Role of perception in the marketing of rural areas. *Destination Marketing & Management*, *2*(1), 4-13.
12. Hwang, J., & Lee, S. W. (2015). The effect of the rural tourism policy on nonfarm income in South Korea. *Tourism Management*, *46*, 501-513.
13. Jurdana, D. S., & Frleta, D. S. (2012). Economic and social aspects of rural tourism. Paper presented at *the 6th International Conference on an Enterprise Odyssey: Corporate governance and public policy – path to sustainable future*, Šibenik.
14. Khartishvili. L., Muhar, A., Dax, Th., & Khelashvili, A. (2019). Rural tourism in Georgia in transition: Challenges for regional sustainability. *Sustainability*, *11*(2), 410.
15. Nagy, H., Káposzta, J., & Bledar, M. (2017). The potentials of rural tourism in developing rural areas in Albania. *DETUROPE* – The *Central European Journal of Regional Development and Tourism, 9*(3), 188-206.
16. Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012) Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, *39*(1), 243-268.
17. Soare, I., Cristache, N., Razvan, C. D., & Marian, N. (2017). The rural tourist entrepreneurship –new opportunities of capitalizing the rural tourist potential in the context of durable development. *European Journal of Sustainable Development, 6*(3), 231-252.

18. Sutawa, G. K. (2012). Issues on Bali tourism development and community empowerment to support sustainable tourism development. *Procedia Economics and Finance*, *4*, 413- 422.